ッある。各コンテンツは2週間ごとに随時切り替えており、動画の下には通販サイトのURLを記載するなど送客を強く意識つした。

物販だけでなく（体験型の）サービスも充実させたい。単に商品情報だけでなくその利用シーンや機能などをもっと際立たせて訴えるようなコンテ

出れる。役に立った体験談には「nice（ナイス）」ボタンで賛同や好意を示すことができる。

登録は無料。「マイページ」では、「体重」「体脂肪率」「目標体重」を入力でき、グラフで表示される。目標体重までの達成進捗率や、写真で食べたものの記録も残せる。

ダイエット関連のアプリは、すでに先行するサービスがいくつかある。体重や運動量を管理でき、栄養士のサポートを受けられるウィット社の「あすけん」、イード社が提供するSNSサービス「ダイエットクラブ」、体重の管理や専門家のサポートを受けられるノーム社の「コーチ」などがある。

バリューコマースでは、アフィリエイトサービス以外の新規事業分野の開拓を強化している。これまで、ソフトバンクとの協業による「得するモール」やポイントサイトの運営、ソーシャルギフトサービスの提供などで事業基盤の強化を図っている。

サイトと提携して、自社通販サイトへの送客を促すような企画を実施し新規の会員獲得を図る考え。

スと関連するような情報

## ロック解除なしに一部機能使用可能
### アマゾンがアプリで新機能追加

アマゾンジャパン（本社・東京都目黒区、ジャスパー・チャン社長）は12月4日、配信中のiOS向けアプリ「Amazonアプリ」の新機能として「Amazonアプリ Todayウィジェット」の提供を開始した。アイフォーンやアイパッドはスリープ状態となると使用前にロック画面となり、パスワード入力後に通常使用が可能となるが、ロック画面上の「通知センター」内の「今日」のタブに「Todayウィジェット」を表示されることができ、ロック画面を解除することなく、同社での購入商品の配送状況やポイント残高の確認が可能になるほか、スマホのカメラを使って、撮影した商品画像から当該商品をアマゾン内で検索する「スキャン検索」もできる。ロック画面を解除することなく、アプリの一部機能を使えるようにすることで利用者の利便性向上を図る狙い。

事業とも連

有田焼のプレミアムビ

Bを利用する訪日観光

約サイトとのリンク

## SNSで商品の組合せ提案
### シュッピン

カメラや筆記具などの中古品売買や新品の販売を行うシュッピン（本社・東京都新宿区、鈴木慶社長）は12月1日、カメラの本体とレンズなどの組み合わせの提案をSNSで行う「見積りSNS」を開始した。単品では機能しない商品でどのような組み合わせが良いかの情報を提供し、セット商品として一括購入できる仕組み。組み合わせ商品で購入があった場合、その情報を提供した会員顧客へはポイントを付与する。同社運営のカメラ、筆記具、自転車、時計の4つの専門店のECサイトで展開。中古品と新品、新品同士の組み合わせも可能。商品に詳しい愛好家などの会員顧客ほか、同社スタッフも提案を行い、購入を検討する顧客はその情報に従い一括購入できる。

## 「ミンネ」や「メルカリ」など選定
### グーグルが今年の人気アプリを発表

グーグルは12月3日、日本で今年、人気を集めたスマホアプリを選定する「2015年ベストアプリ」を発表した。同社が運営するスマートフォンアプリ販売サイト「グーグルプレイストア」で公開した。約50のアプリが選定され、通販関連ではGMOペパボが運営するCtoC向け手作り商品の仮想モール「minne（ミンネ）」のアプリやヴァシリーのファッションコーディネートアプリ「iQON（アイコン）」、メルカリのフリマアプリ「メルカリ」、ロコパートナーズの高級旅館専用の宿泊予約アプリ「relux（リラックス）」などが選出された。

## チケット売買補償を拡充
### チケットストリート

コンサートやスポーツの鑑賞・観戦チケットのCtoC取引サイトを運営するチケットストリート（本社・東京都品川区、西山圭社長）は12月1日、チケット購入者向けの補償サービスを拡充した。購入したチケットで入場できなきなった際の返金と、注文したチケットが入手できなかった場合の代替チケットの提供を追加。従来から行っている各種の補償（保証）サービスを一層手厚くし、安全・安心な取引の場を提供していく。

新たな補償サービスは「安心プラス」というオプション（有償）で提供。入場補償は、チケットが真正なものであったにもかかわらず主催側などにより入場を拒否された場合、チケット代金についてプレミアム部分も含めて全額返金する。

代替チケットの提供は、当初注文したチケットが入手できなかった場合に同情以上の代替チケットをチケットストリートが用意。また用意できなかった場合は1万円相当のクーポンを提供する（チケット価格が1万円以下の場合はチケット価格相当分）。

チケットストリートは従来から謝演中止・延期に対する補償をオプション（有償）で提供している。また同社を通じて配送するチケットすべてに対し、追跡可能な配送手段を利用することによる配送の保証、真正なチケットであることの保証、座席内容の保証を行っている。

# 「ならでは」機能盛り込む
## 検索サジェスト強化
## 回遊率、高める狙い

検索窓を目立たせるデザインを採用したのも特徴だ。「本店は約18万点の商品を扱っているが、すべてをユーザーの目に触れる形で出すことはできない。商品を買ってもらうためには検索が非常に重要だ」（宮口マネージャー）。

検索精度も大幅に向上した。ニュージーランドのSLIシステムズが提供する検索エンジンを新たに採用。データ検索の省精度のほか、検索サジェスト（予測表示）機能が高いのが特徴。語句の入力途中で精度の高い候補が表示されるのはもちろん、サジェスト画面の右側に、候補最上位の語句に合致した商品の画像と商品名が表示される（画像(下)参照）など、目当ての商品にたどり着くのを容易にしている。さらには、管理画面も非常に使いやすいという。

商品ページのデザインも変更。これまでの3カラム（段組）から2カラムに変えた。仮想モールの店舗は3カラムを採用しており、中央に商品の詳細やカートに入れるボタン、左側に特集ページへのリンクやジャンル、カテゴリーなどを表示、右側にはランキングのほか、人気アイテムをジャンル問わず、ずらりと並べている。

一方、本店は左カラムを廃止することでデザイン的にもすっきりさせたほか、右カラムに価格表示や色違い商品の選択画面、カートに入れるボタンを設置。さらには、レコメンドや関連商品の売り上げランキングを表示させた。

宮口マネージャーは「モールの店舗はとにかく商品ページへの流入口をたくさん設けることが大事だが、本店はもっと雑音の少ないページにする必要があると考えた。例えばiPhoneユーザーにエクスペリア関連商品を提案しても仕方ないので、その商品に関連するジャンルのアイテムをレコメンドする仕組みとした」と話す。あたかも「商品知識豊富な店員がおすすめする」かのように関連商品を掘り下げて提案することで、サイトの回遊率を高め、滞在時間を増やす狙いだ。

こうしたレコメンド商品やランキングも、自動で表示する形としている。今後は、スマートフォン向けサイトにも同様の仕組みを取り入れる計画だ。また、アマゾンの決済サービス「Amazonログイン&ペイメント」も導入。利用者の増加につながっているという。

さらに、デザイン刷新に先駆けて導入した「会員登録すると送料無料になる」サービスも好調で会員獲得を大幅に伸ばした。また、12月中旬からは、株主優待券での割引にも対応しており、同社のフラッグシップ店舗としての役割をさらに強めている。

「独自ドメインでないとできないことをすべて詰め込んだ」（宮口マネージャー）という今回の刷新。約1カ月が経過したが、検索結果からの離脱率は減少し回遊率は上昇している。ただ、購入率については「まだ思ったようには伸びていない」（宮口マネージャー）のが現状の課題。近年はスマホ経由の購入が多数を占めていることから、年末商戦にあわせてスマホ向けサイトも刷新する計画だ。パソコン向けとはデザインは変えるが、検索やレコメンドなどは同一の仕組みを取り入れることで、購入率増につなげる狙い。また、SEO対策強化を進めることなどで、サイトそのものへの流入数も増やしていく。

## Check
### 「店のアプリ」をECにも応用可能

ネットイヤーグループ（本社・東京都中央区、石黒不二代社長）は、このほど、小売店がO2Oアプリを簡単に作れるクラウドサービスの提供を開始した。スマートフォンで撮影した写真を加工し、タイムセール情報やおすすめ商品などをリアルタイムで発信できるのが特徴。初期費用は3万円から、月額費用は1万3000円からとなる（契約店舗数で価格は変動）。利用者数や配信量に制限はない。

サービスの名称は「ぽぷろう」。小売店にとってチラシの重要性は高いものの、近年は新聞を契約する消費者が減ったこともあり、情報そのものが届きにくくなっている。同サービスは、チラシの代用ができるアプリを簡単に作れるというコンセプト。例えば、スマホで撮影した食品の画像をワンタッチで商品ポップ風に加工し、メッセージを付加して消費者に配信することができる。季節やった性別、年代、来店時間帯、来店曜日といった消費者の属性を選んでポップやメッセージ、クーポンが配信可能なのも特徴だ。また、インストール数や閲覧数、「いいね！」数、クーポン利用数など利用者の反応も確認できる。

すでに9月24日から、セブン&アイグループのスーパー「ザ・ガーデン自由が丘」池袋店と東戸塚店で同サービスを導入。店長や店員が毎日、店内のおすすめ商品を配信し、開始から3週間で1000ダウンロードを超えた。負担を少なく効果的な情報を配信できる点が、スタッフに好評という。

アプリはカスタマイズ可能で、商品入荷情報などをアプリで配信し、ポップをタップするとネットショップの商品ページに遷移する仕組みができないか、という問い合わせもあった」（佐々木裕彦取締役オムニチャネルクラウド事業部長）。自社のPOSや既存の会員システムとの連携もできる。ぽぷろうには、アプリ起動やいいね！を押すことなどでマイルが貯まり、特典を引き換えることができる仕組みがあるが、これを自社のポイントシステムと連動させることもできる。

同社では、先着100店限定で3カ月無料キャンペーンを実施している。すべての小売店をターゲットとして、来年3月までに3000社への導入を目指す。


かご落ちしていませんか？

「後払い決済」で対策できます

個人向け通販なら NP 後払L1

法人向け通販なら FREX B2B後払い決済

Atobarai

お問い合わせ・詳しい資料のご希望はこちら　株式会社ネットプロテクションズ

NP後払い　np-info@netprotections.co.jp　03-5159-7882　受付時間：10:00AM～5:00PM 土日祝日を除く

FREX B2B後払い決済　btob-info@netprotections.co.jp　03-4577-9630　受付時間：9:30AM～6:00PM 土日祝日を除く